

温州到斯洛伐克COD物流小包---空运跨境电商小包--七天回款

产品名称	温州到斯洛伐克COD物流小包---空运跨境电商小包--七天回款
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司-欧洲电商小包
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:斯洛伐克COD物流 主营业务:斯洛伐克跨境电商小包物流 服务:代收货款一件代发双清包门
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东
联系电话	18170872539 18170872539

产品详情

近年来随着政府政策的引导和支持，越来越多的商家开始跨境电商业务，消费者对跨境电商的热情也越来越高涨，使得跨境电商发展迅猛，成为全球贸易一个新的经济增长点。同时与跨境电商息息相关的跨境物流因其发展远远滞后于跨境电商，成为跨境电商发展的瓶颈，海外仓作为跨境物流一种新的发展趋势应运而生。

海外仓的几种模式和存在的一些问题以及相关建议。

1 跨境电商海外仓的兴起背景

2015年中国商务部出台的《“互联网+流通”行动计划》中明确提出“要充分运用市场机制，推动建设一百个电子商务海外仓”。2016年国务院印发《关于促进外贸回稳向好的若干意见》提出加大对外贸新业态的支持力度，支持企业建设产品“海外仓”和海外运营中心。1.1传统跨境物流成了跨境电商发展的瓶颈随着政府的大力支持和消费者市场的强烈需求，跨境电商的交易规模呈现出逐年递增的发展态势（见图1），根据国家统计局、中国电子商务研究中心等机构预测，2018年中国跨境电商总额可能达到9万亿元，预示着我国跨境电商行业的市场发展前景越来越强大[1]。但是传统跨境物流因其发展缓慢严重制约了跨境电商的发展。目前传统跨境物流主要存在以下问题：，物流体系不成熟，配送时间长。因为跨境电商面向的地域广泛再加上各种通关手续，一般需要十多天，但是如遇到一些特殊情况的话，则需要二十多天甚至一个月。第二，对电商出口商品种类有所限制。对于那些体积大且重的商品，物流成本高昂，严重制约了跨境电商产品的拓展。第三，信息化程度不高，信息不对等。在包裹运输的过程中无法进行时时追踪，可能商家以为包裹已经到客户手中了，但其实已经遗失在途中，导致两边信息不对等，影响跨境电商的发展。

1.2 海外仓与跨境电商相辅相成针对传统物流的成本高昂、配送周期长、效率低等问题，好的解决方案就是建设海外仓。所谓“海外仓”就是指海外仓储服务，预先在出口国建设或者租赁仓库，然后根据市场

需求和电商平台的数据分析提前将需要的商品批量地运输至仓库内，再根据平台上消费者的下单量，在仓库内进行一系列的分拣、包装、派送等一站式管理服务。与传统跨境物流相比，海外仓不管是在配送时间、订单跟踪、退换货等方面都能有效地满足消费者的需求，更好地促进跨境电商的发展。

2 跨境电商海外仓的主要模式

2.1 自建海外仓自建海外仓是指由经济实力雄厚、信息化水平高、管理经验丰富的企业，在国外自行出资建设仓库、购买设备以及建立相关的信息系统。自建海外仓有利于跨境电商企业控制长期成本，提高库存周转率及时回收货款，便于物流管理保证物流的整体环节都在自己的掌控范围之内，更好地为消费者提供服务、树立品牌形象等，所以即便自建海外仓会涉及到法律、税收、选址、海关等等一系列复杂问题，但还是有很多有实力的卖家选择自建海外仓。据易创科技统计发现，目前月销 50 万—100 万美元的大卖家 55% 有自建或计划自建海外仓储，月销 100 万美元以上的大卖家 69% 有自建或计划自建海外仓储，38% 的受访卖家是在月销 10 万美元时就开始建仓。

2.2 租用第三方海外仓租用第三方海外仓是指出口跨境电商企业与提供第三方海外仓储服务的跨境电商平台或物流企业签订租用协议，企业只需要将自己的商品运输到海外仓内并支付一定的费用，就能享受到的一站式配套服务模式，包括信息管理系统、整合物流、仓储、配送、分拣、分销等多项功能。企业就可以实现线上订单管理、支付、发货、结算等业务流程，这样既降低了企业卖家的操作难度同时还省去了自建海外仓的高额费用和隐形管理风险。如阿里集团旗下的国际电商平台——速卖通在 2015 年正式招募海外仓跨境电商卖家，并承诺为其提供一系列扶持措施来推进海外仓模式的发展。

2.3 企业合建公用海外仓与企业合建海外仓主要有两种模式，一是本国几家跨境电商企业共同出资在目标市场国家建设公用海外仓，这种模式主要适用于有一定仓库管理经验，需要树立自己品牌形象，但资金实力并不能达到自建海外仓条件的企业。这种方式的优势在于企业建设海外仓的成本可以共担，同时也有利于学习合作方的经验；二是跨境电商企业与当地的第三方物流商合作建立海外仓，这种模式主要适用于资金及仓库管理经验有限且通用型的海外仓不能满足该跨境电商企业个性化的需求，或者即使企业拥有一定的实力但是不想独自承担风险，他们就可能通过提出自己的理念与要求，并投入一定的设备和系统，与物流企业合作建仓。这种方式的优势主要在于企业既能满足自己的个性化需求，又能享受到物流企业带来的化服务，有利于本土化管理，避免了异地管理经营的一些麻烦。

3 跨境电商海外仓现存的主要问题

3.1 市场涉及地域广，存在政治、文化等差异国际贸易本身容易受到出口国的政治制度、经济基础、法律法规、贸易壁垒以及国家之间的政治利益关系的影响和制约，所以在建设海外仓的时候往往也会受到这些因素的影响。现阶段企业海外仓主要集中在美、德、英、日、澳等电子商务较为发达的国家，这些国家经济基础好、快递行业在这些国家发展相对成熟，对跨境海外仓有规范的管理，比起其他国家更有利于海外仓的建设和发展。在文化方面，国外员工对工作时间和私人时间分隔明确，不存在加班一说，所以在面对节日促销等活动时，可能会存在人员不够的风险。

3.2 缺乏的技术支持和管理人才跨境电商企业将自己的货物从国内运送至海外仓进行存储，通过企业的库存管理系统下达操作指令，对海外仓进行科学化管理，将物流信息与平台信息进行集成同步一体化管理，实现平台业务与跨境物流的高效系统运营，对海外仓的商品库存进行实时管理，快速响应顾客订单提高消费者满意度，这就需要跨境电商企业拥有的物流信息管理系统。同时对系统的操作和海外仓管理方面需要的计算机人才和供应链管理人才。

3.3 费用成本高昂，企业资金压力大海外仓的费用主要包括头程运费、仓储管理费用以及本地的配送费。头程费用一般是指货物从国内到海外仓库产生的运费；仓储管理费用是指商品存储在海外仓和仓库管理的费用，本地配送费用是指海外仓进行终端派送的本地物流费用。如在美国建设一个 3000 平方米左右的海外仓需投资上百万，其中人工成本就占据 30%-40%，若租用第三方海外仓，美国的仓库年租金一般为 30-50 美金 / 平方米。1000 平方米就是 3-5 万美金 / 年，一个工人每月基本薪水大约 3000 美金，一年 3.6

万美金，这些费用还不包括其他生活费和税费。

4 提高跨境电商海外仓发展的相关建议

4.1 政府完善相关法律法规，给予政策支持为了更好地促进海外仓的发展，国家应该在财税、外汇支付等方面出台相关优惠政策以鼓励更多的企业尝试海外仓；健全关于跨境物流海外仓的相关法律法规，同时也可以创建相关的电子监测服务网站来规范海外仓的建设；可以鼓励金融机构设立相关金融衍生品来降低企业建设使用海外仓的风险；政府给予在“一带一路”沿线建设海外仓的跨境电商出口企业更多优惠政策扶持的方式。

4.2 加强大数据分析，提高人才培养力度为了更好地发挥海外仓的优势，国内的跨境电商企业应该更加注重物流信息系统的建设和运用。利用大数据进行市场分析和消费者购买行为分析，如消费者年龄段、收入水平、购买习惯、购买数量、消费平率等，从而可以更地预测市场的需求水平，提高海外仓的备货和补货能力，降低成本，加速资金周转；同时也可以通过大数据对企业的订单履行状况、物流成本表现、货物物流状况进行跟踪和改善，满足国外客户的购买体验。

4.3 面对清关较难的市场，利用边境仓对于一些清关环节流程多、费用高昂、税收政策严格的国家，如俄罗斯虽然地域广阔人口众多，但是其本土快递业发展滞后、进口关税较高、物流网络布局集中等这些因素都不利于海外仓的建设。可以考虑采用边境仓，边境仓仍在我国境内，所以货物还在自己国家就不需要清关，而且本国的人力成本会相对较低。在接到顾客订单后，企业可以通过邮政包裹的方式将货物发送到国外，用邮政清关，保证了清关效率，也保障了货物的安全性。

4.4 充分发挥海外仓优势，开辟线下店途径海外仓建设的终目的是为了让国外消费者像购买本国产品一样方便地购买他国产品，所以这就需要海外仓的管理能够实现本土化。这里的本土化不仅仅只包括语言、支付方式、习惯风俗等的本土化，还包括将海外的使用方式本土化，实现海外仓的“OTO”线下体验模式，将线上的消费者带到线下商店去，在线支付线下的商品和服务，再到线下店内享受服务。充分利用海外仓的本土优势，为卖家开拓多种销售渠道，提高库存周转率，提升消费者体验。在这个全球经济一体化和网络经济的大时代下，跨境电商必将成为主流贸易模式之一，海外仓的发展必然能为跨境电商的发展打开一条新的通道，但是海外仓也不是的，只有国家与企业共同努力才能更好地助力于海外仓的发展。

跨境电商发展迅速，为跨境物流的发展提供了更多的动力和机会。但由于物流时间、费用、本土化服务等方面的不足，跨境物流已经制约了我国跨境电子商务的发展速度。我国作为互联网共享经济先行者，共享经济是在互联网环境下，对未被使用或者没有得到充分使用的资源进行充分的整合，使得这些资源得到充分利用。共享经济能够满足大众对资源的需求，整合社会资源，使社会资源得到充分使用。共享物流已经在跨境电子商务中得到应用。

共享物流是共享经济在物流行业发展的体现，它的出现极大推动了物流行业的发展，为我国海外仓的运营提供了重要契机。

一、电商跨境物流的发展现状跨境物流在跨境电商中扮演重要角色。首先，跨境物流可以实现产品跨境运输；其次，跨境物流给跨境电商带来大量的贸易机会。根据之前分析可以看出，跨境物流发展的深度要高于跨境电子商务的发展深度。目前，跨境物流成为制约跨境电子商务交易的重要因素，具体有两种快递方式，分别是国际邮政小包和国际快递。国际快递运输速度快，但是其费用相对较高。中国企业在进行跨境贸易的过程中结合产品自身特点已经降低运输成本，会选择不同的跨境物流方式。目前，国际邮政小包已经成为跨境物流使用多的运输方式，也是中国企业优先选择的运输方式。相对国际快递而言，国际邮政小包的费用较低，但是其消耗时间较长，退换货比较麻烦，也给跨境电商的发展带来许多问题。

二、海外仓联盟平台的构建路径

（一）定位条件匹配的联盟成员海外仓联盟平台建构的步就是找出条件匹配的联盟成员，其条件匹配是指资源优势互补。在确定建立联盟成员目标后，要量化选取的成员，通过层层筛选的方式终确定佳的成员，实现“强强联合”。

（二）确定海外仓联盟资源整合标准目前，中国跨境物流与跨境电商的发展已步入轨道，海外仓也处于正在组建的状态，因此，许多跨境电商的海外资源处于资源饱和与过剩的状态。为了充分做到整合资源，我国企业应该从自身实际需求出发，系统地整合海外仓的各种资源，包括运输资源、储存资源、人力资源等，实现资源共享，防止资源过剩局面出现。

（三）建立海外仓联盟信息资源共享建立海外仓联盟信息资源共享地目的是保障跨境物流联盟地顺利推进。通过建立海外仓信息资源共享系统，可以使一条信息被多家跨境企业得知，做到信息的有效共享。海外仓联盟信息资源共享可以保障ERP、MIS以及WMS三个系统的接口，充分实现任意联盟成员可以通过某一系统查到企业所需要的各种信息。在建立海外仓信息共享系统的同时，要充分考虑各个企业不同的系统需求，从企业实际情况出发，建立适合企业使用的系统，提高海外仓信息系统运行效率。

（四）明确联盟成员之间的份额分配众所周知，明确联盟成员之间的份额分配对调动联盟成员积极性具有重要作用。不科学的任务指标和数据设定都会影响联盟成员运行效率。所以，在建立数据指标时，一定要明确规定指标设置，包括指标渠道、客户、收入、成本到指标市场等多个方面。在份额分配过程中，要结合每个联盟成员的具体情况，建立符合联盟成员利益的措施，做到互利共赢，共同发展。

在未来的发展中，海外仓将朝向两个方面发展：

，海外仓建立企业联盟，实现多种资源互利共享，充分利用现有的企业运输资源、储存资源等优势，提高企业海外竞争力；

第二，联盟内的各个企业要提高科技水平，增强企业核心竞争力，走化、科学化、技术化的道路，为顾客提供定制产品，这也是提高境外卖家吸引力的重要优势。